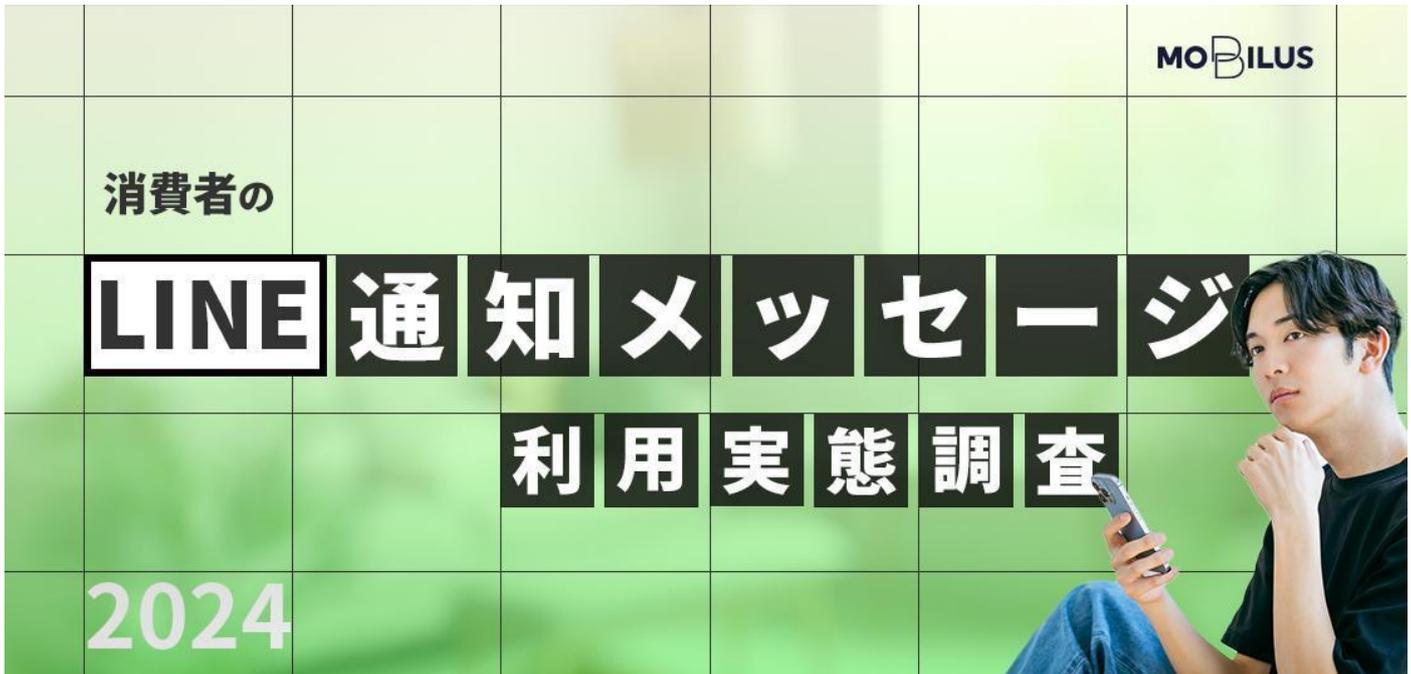


報道関係者各位

モビルス株式会社
2024年9月4日

【消費者の LINE 通知メッセージ利用実態調査 2024】
約 6 割が認知、うち約 8 割は利用経験あり、約 6 割が ID 連携経験あり
～重要な連絡手段に LINE を希望する人は約 6 割に上り、
消費者とのコミュニケーションツールとして大きな存在感を示す～

コンタクトセンター向け CX ソリューションを開発・提供するモビルス株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:石井智宏)は、CX(顧客体験)向上を支援するテクノロジー「CX-Branding Tech.(CX ブランディングテック)」の調査・普及を行う「CX-Branding Tech. Lab」の取り組みとして、「LINE 通知メッセージ※1を知っている」全国の男女 671 人を対象に実施した「LINE 通知メッセージの利用実態調査」の結果を発表したことをお知らせします。



■ 調査サマリ

1. 約 60%が LINE 通知メッセージを認知、うち約 80%は利用経験あり
2. LINE 通知メッセージからの提案をきっかけに約 50%は LINE 公式アカウントの友だち追加をしている
3. 約 60%は友だち追加をした LINE 公式アカウントの企業やサービスの ID との連携経験がある
4. サービスや企業からの重要な連絡として LINE 通知メッセージを希望する人は約 60%以上

■ 年代別など詳細データを含む調査レポートを無料配布中

調査結果の詳細は、下記よりダウンロードいただけます。

URL:<https://go.mobilus.co.jp/LINEnotifyWPpr>

■ 調査背景

LINEは日本国内で月間9,700万人(2024年3月末時点)※2が利用するアプリです。もはや、「コミュニケーションインフラ」の一つとして欠かせなくなっていると言えます。ユーザーへダイレクトに情報を届けることが可能な「LINE公式アカウント」は、現在では約46万※3の企業や店舗がアカウントを作成してビジネスに活用しています。LINE公式アカウントは活用用途も幅広く、LINEスタンプやクーポンの配布だけでなく、利用者の希望情報の配信や、サービスの申込みや再配達依頼などの手続き、チャットでの問い合わせや相談など多岐に渡ります。顧客サポートや顧客体験(CX)の現場でも、電話やメール、Webチャットに続き、LINEを始めとしたメッセージング(コミュニケーション)アプリの利用も浸透してきています。

こうした背景から、2020年から2年に一度「消費者のLINE公式アカウントの利用動向調査」を行っています。3回目となる今回は、LINE公式アカウントを友だち追加する前に企業や店舗から消費者へ接点を持つ「LINE通知メッセージ」に着目した調査です。消費者のLINE通知メッセージの利用状況、LINE公式アカウント登録の経験、ID連携の経験を調査することで、今後の顧客サポートやCXの在り方を検証する目的で調査を実施しました。

※1「LINE通知メッセージ」はLINEヤフー株式会社が提供する、企業からの利便性の高い通知を企業のLINE公式アカウントから受け取ることができる機能です。本機能の利用に同意することで、個別のアカウントを友だち追加することなく、簡単に通知メッセージを受け取ることが可能になります。対象はLINEヤフー株式会社がユーザーにとって有用かつ適切であると判断したものに限定され、広告目的のものは配信されません。

※「LINE通知メッセージ」に関して詳しく確認したい場合は、こちら(<https://help.line.me/line/?contentId=20011417>)をご参照ください。

※「LINE通知メッセージ」の受信設定を確認・変更したい場合は、こちら(<https://help.line.me/line/?contentId=20011418>)をご参照ください。

※2 LINEヤフー社調べ:LINE月間アクティブユーザー数(日本)9,700万人 2024年3月末時点

※3 LINEヤフー社調べ:2024年4月実績(認証済アカウントのアクティブアカウント数を集計・LINEヤフーが提供するサービスのアカウントを除く)

■ 調査結果詳細(抜粋)

・78%がLINE通知メッセージを受け取っている ～各年代とも受け取り経験は70%に上る～

「LINE通知メッセージの受け取り経験」を尋ねたところ、「はい」(78%)、「いいえ」(22%)という結果となりました。年齢別においても約7割以上が、LINE通知メッセージの受け取り経験があり、LINE通知メッセージは幅広い年齢層で利用されていることが伺えます。

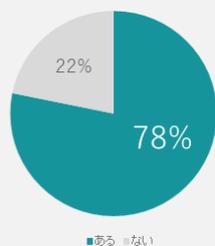
LINE通知メッセージを受け取ったことはある？

MOBILUS

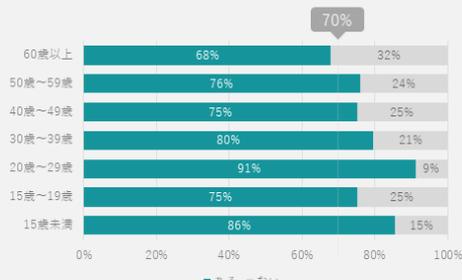
実際にLINE通知メッセージを受け取ったことがある方はどれくらいいるでしょうか？年代によって違いはあるのでしょうか？

Q2 LINE通知メッセージを受け取ったことはありますか。

※LINE通知メッセージを知っていると答えた方に質問しています。(n=671)



約8割がLINE通知メッセージを受け取っている



小基数以下四捨五入のため、一部の合計値で100%と異なる場合があります。

各年代とも受け取り経験は7割に上る

・46%が LINE 通知メッセージの受け取りをきっかけに友だち追加をしている

～60歳以上男性は同女性に比べ、LINE 通知メッセージの受け取りをきっかけに友だち追加する人が2倍以上～

「LINE 公式アカウントの友だち追加」について尋ねたところ、「受け取る前から、友だち追加をしていた」(38%)、「受け取った後に、友だち追加をしたことがある」(34%)、「受け取る前からも後からも、友だち追加をしたことがある」(12%)、「受け取る前も後も、友だち追加をしたことはない」(16%)となりました。年代別において、60歳以上男性は LINE 通知メッセージの受け取りをきっかけに LINE 公式アカウントの友だち追加をする確率が 42%であり、同女性(20%)の 2 倍に相当していることから、60歳以上男性は LINE 通知メッセージによる友だち追加の効果が高いことが伺えます。

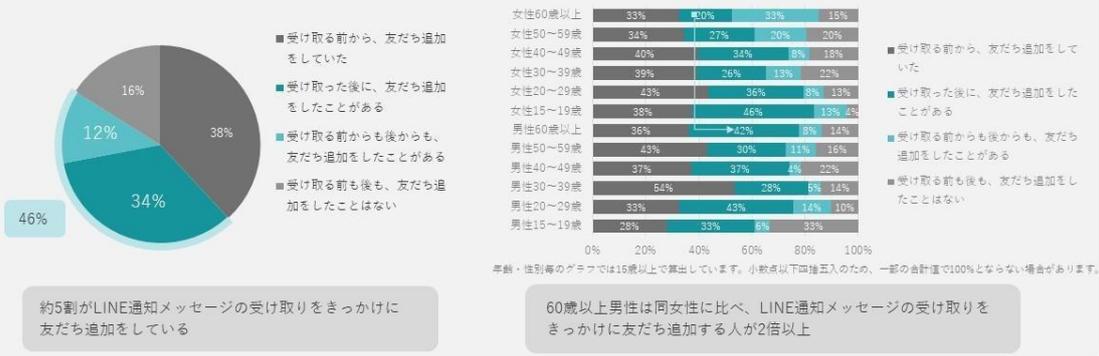
LINE通知メッセージを受け取ったLINE公式アカウントを友だち追加する？

MOBILUS

LINE通知メッセージを受け取ったLINE公式アカウントを友だち追加について年齢別の比較も見ていきます。

Q4 LINE通知メッセージを受け取ったLINE公式アカウントの友だち追加について教えてください。

※LINE通知メッセージを受け取ったことがあると答えた方に質問しています。(n=525)



・57%が LINE 公式アカウントと ID 連携したことがある

～ID 連携経験のある 20 歳台の男女は 70%以上～

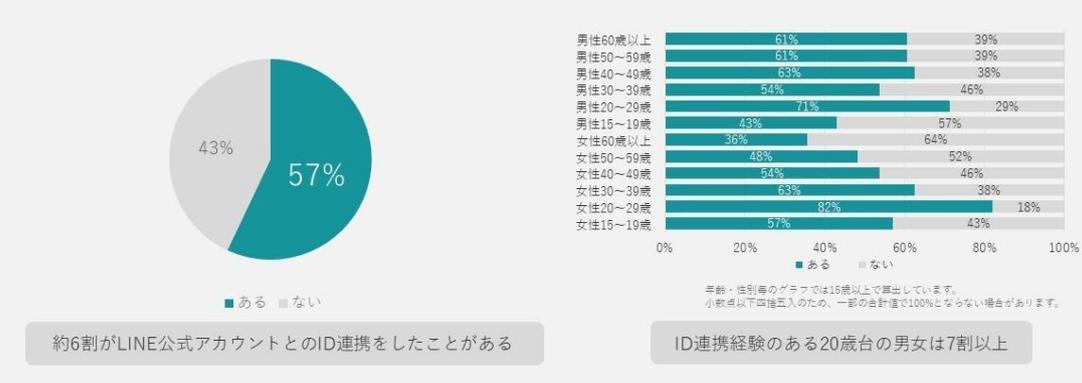
「友だち追加をした LINE 公式アカウントの企業やサービスの ID との連携経験」を尋ねたところ、「ある」(57%)、「ない」(43%)という結果となりました。特に 20 歳台は男性(71%)女性(82%)と共に 7 割以上が経験しており、他の年齢層よりも ID 連携率が高いことがわかりました。

LINEとID連携をしたことはある？

MOBILUS

友だち追加をしたLINE公式アカウントの企業やサービスとのID連携経験のある方はどれくらいでしょうか？

Q6 友だち追加をしたLINE公式アカウントの企業やサービスのIDと連携したことはありますか。(n=671)



■ 調査結果のまとめ

・LINE 通知メッセージは利便性の高い通知を受け取れるコミュニケーションツール

LINE 通知メッセージの認知率は 57%に上りました。また、認知していると回答した人の 78%に受け取り経験がありました。全年代で 70%以上に受け取り経験があり、LINE 通知メッセージは幅広い年齢層で認知・利用されていることが伺えます。同機能のうち、約 60%が「配送物のお届け予定を受け取れる」ことをメリットに感じており、LINE 通知メッセージが利便性の高い通知を受け取れるコミュニケーションツールであることが分かります。

・友だち追加の手段として LINE 通知メッセージは有効

46%が LINE 通知メッセージからの提案をきっかけに、LINE 公式アカウントの友だち追加をしていました。さらに、友だち追加をしたアカウント数を問わず、友だち追加した LINE 公式アカウントを継続利用している(※ブロックおよびブロックリストからの削除をしていない)割合は、利用していない割合に比べて高いことから、友だち追加の手段として LINE 通知メッセージは有効と考えられます。

・ID 連携において約半数がセキュリティへの関心、消費者は配慮を求めている

LINE 通知メッセージの受け取り経験のある 57%は、LINE 公式アカウントからの提案をきっかけに ID 連携をしたことがあると回答しました。特に 20 歳台男女共に 70%以上が経験しており、他の年齢層よりも ID 連携率が高いことがわかりました。また、ID 連携において約半数がセキュリティへの関心を示しており、消費者は配慮を求めていることが伺えます。

・LINE は消費者とのコミュニケーションツールとして大きな存在感を示す

約 70%はサービスや企業から「リマインドや忘れ防止」の重要な連絡を希望していることがわかりました。重要な連絡手段として、LINE (LINE 通知メッセージ)を希望している割合は約 60%に上ります。年代別でも 50 歳台以下は LINE (LINE 通知メッセージ)を重要な連絡手段として希望していることから、消費者とのコミュニケーションツールとして大きな存在感を示していることが伺えます。

■ 調査概要

調査名:消費者の LINE 通知メッセージ利用実態調査 2024

調査期間:2024 年 5 月 27 日~2024 年 6 月 9 日

調査対象:15 歳未満~60 歳以上の男女

調査方法:Fastask(株式会社ジャストシステム提供)でインターネットアンケート調査を実施

有効回答数:671 サンプル

調査企画:モビルス株式会社「CX-Branding Tech. Lab」

※事前調査(15 歳未満~60 歳以上の男女 10,267 名を対象)で、「LINE 通知メッセージを知っていますか?」の質問に「知っている」と回答した方を対象に本調査を行いました。

※引用などご利用される場合や、調査についての質問等は、「pr@mobilus.co.jp」までご連絡ください。

※メディアの方向けに Excel の調査データをお渡しすることも可能です。

■ モビルス株式会社について

モビルス(東証グロース:4370)は、クライアントの顧客のつまずきや課題へ先回りした CX(顧客体験)のブランディング設計を行い、企業価値と経営収益向上へ貢献する会社です。そのために、新しいテクノロジーを取り込んだオペレーション支援生成 AI サービス「MooA®(ムーア)」や、顧客コミュニケーションのノンボイス化とデジタル化を推進する有人チャットやボイスボットなどの SaaS ソリューション「モビシリーズ」の開発を行っています。モビシリーズは 500 社以上に導入実績があり(2024 年 6 月時点)、7 年連続でチャットボット市場売上シェア 1 位※を獲得しています。

また、LINE ヤフー株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:出澤 剛)が提供するマーケティングソリューションの導入ならび支援など各領域に特化したパートナーを認定する「LINE ヤフー Partner Program」において、2024 年度の「Technology Partner」のコミュニケーション部門「Premier」に認定され、認定バッジ「Customer Care」を取得しています。

※ 出典:ITR「ITR Market View:対話型 AI・機械学習プラットフォーム 市場 2024」チャットボット市場:バンダー別売上金額推移およびシェア(2023 年度)

■ CX-Branding Tech. Lab について

モビルスが提唱する CX(顧客体験)向上を支援するテクノロジー「CX-Branding Tech.(CX ブランディングテック)」の調査や普及を目的として運営するラボです。テクノロジーによる CX の課題解決、変革の促進を目指して、調査レポートやカオスマップ、導入事例の発表、セミナー開催、登壇、実証実験を通じた研究開発などを企画・発信しています。

CX-Branding Tech. Lab:<https://mobilus.co.jp/lab/>

会社名:モビルス株式会社

代表者:石井智宏

所在地:東京都港区芝浦一丁目1番1号 浜松町ビルディング 15 階

設立:2011年9月

上場市場:東京証券取引所 グロース(証券コード:4370)

事業内容:コンタクトセンター向け SaaS プロダクト(モビシリーズ)などの CX ソリューションの提供

公式 HP:<https://mobilus.co.jp/>

* 本リリースに記載された会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ

モビルス株式会社 広報担当 鳥居

Tel:03-6417-9523 Mobile:080-9689-7404 (鳥居直通)Mail:pr@mobilus.co.jp

The logo for MOBILUS, featuring the word "MOBILUS" in a bold, sans-serif font. The letter "B" is stylized with a vertical line through its center.